



Città di Paderno Dugnano (MI)

COSTITUZIONE DEL DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO

**“DISTRETTO URBANO DEL COMMERCIO DI PADERNO
DUGNANO”**

PROGRAMMA DI DISTRETTO

Febbraio 2022

INDICE

1. INTRODUZIONE
2. BISOGNI
3. OBIETTIVI
4. PERIMETRO DISTRETTUALE
5. STRATEGIA
6. MODELLO DI GOVERNANCE
7. INTERVENTI NEL TRIENNIO
8. PIANO FINANZIARIO

1. INTRODUZIONE

L'amministrazione comunale di Paderno Dugnano, in collaborazione con Confcommercio e Camera di Commercio di Milano intende dare vita ad un Distretto del Commercio per rilanciare il comparto commerciale ed economico di una specifica porzione territoriale che si presta per una valorizzazione economico/sociale a vantaggio delle imprese e della cittadinanza locale.

Il presente piano nasce quindi per mettere in evidenza:

- Obiettivi di triennio per lo sviluppo del comparto commerciale locale
- Strategie di intervento sulle quali far convergere risorse e attorno alle quali coinvolgere i diversi attori locali
- Progetti da attivare, in linea con bisogni e potenziale locale



2. BISOGNI

Obiettivi, strategia e progetti sono nati da un confronto con i diversi attori locali, dal quale sono emersi bisogni specifici cui si vuole dare soluzione attraverso il Distretto del Commercio. Le problematiche attingono anche a dati rilevati dalla ricerca di informazioni attraverso la rete. Le problematiche sono state organizzate per ambiti settoriali:

- **SERVIZI:** le imprese negli ultimi due anni hanno cercato di affrontare gli effetti generati dal calo della clientela con una serie di servizi nuovi (alcuni hanno introdotto le consegne a domicilio, altri un maggiore utilizzo del web per favorire prenotazioni), ma il processo è stato abbastanza lento.
- **VARIETA' DELL'OFFERTA MERCEOLOGICA:** sul territorio sono presenti diverse vie dove mancano alcune categorie merceologiche (ad esempio alcuni negozi non alimentari di interesse ed attrattiva), mentre sono presenti diverse vetrine occupate da servizi di vario genere. Questo fattore genera criticità differenti:
 - Riduzione dell'utenza che passeggia per le vie commerciali, in quanto si reca in territori più vantaggiosi da un punto di vista dell'offerta merceologica
 - Riduzione del numero di ingressi nei negozi esistenti, in collegamento a quanto sopra riportato (la mancanza di categorie merceologiche penalizza anche i negozi esistenti)
 - Chiusura di negozi esistenti, con la nascita di negozi sfitti che indeboliscono ulteriormente l'esperienza di shopping
- **AREE DI SOCIALITA':** il territorio risente in alcuni punti della mancanza di aree di socialità in prossimità dei negozi, fattore che potrebbe essere mitigato attraverso:

- Rigenerazione di alcune aree
- Creazione di eventi di strada periodici
- Abbellimento di vetrine e aree esterne ai negozi per valorizzare le aree di socialità
- **EVENTI ED ANIMAZIONE:** manca una programmazione strategica e puntuale degli eventi, con un maggior coordinamento tra le proposte del Comune e dei diversi stakeholders che operano sul territorio, cui inserire anche le proposte dei commercianti. Questo fattore ne produce altri:
 - Difficoltà, da parte delle imprese, di programmare per tempo iniziative collegate agli eventi programmati da altri soggetti o proporre servizi in grado di migliorare la presenza di utenza durante l'evento
 - Difficoltà nel comunicare adeguatamente verso l'interno e l'esterno gli eventi, così che fungano da generatore di utenza in favore dei negozi
 - Difficoltà nel creare sinergie tra le diverse proposte
- **ITINERARI:** il territorio di Paderno Dugnano presenta diversi punti di interesse che sono ancora poco valorizzati, principalmente Ville ed aree verdi e naturalistiche, la Cineteca e molti altri. Manca la presenza di un itinerario che colleghi le diverse eccellenze locali, ad esempio i negozi, gli edifici culturali e le aree naturalistiche. Questo porta ad una serie di problemi connessi:
 - Mancanza di occasioni di attrazione per l'utenza, a svantaggio dei negozi
 - Difficoltà nella creazione di proposte collegate da parte di soggetti gestori di edifici culturali (ad esempio le Ville) e dei negozi
 - Difficoltà nella creazione di ulteriori eventi ed iniziative attrattive, legate a temi culturali e green
- **FORMAZIONE:** negli ultimi anni sono stati organizzati dei corsi di formazione rivolti alle imprese, principalmente legati al marketing, alle strategie finanziarie e alla gestione di impresa. Si tratta di un percorso che è stato accolto positivamente e richiesto a gran voce dalle imprese. E' un bisogno strategico, che favorisce un miglioramento competitivo delle imprese e una loro formazione su nuove tematiche.
- **COMUNICAZIONE:** emerge una difficoltà di comunicazione dell'offerta da parte dei singoli negozi e delle opportunità fruibili a livello territoriale. Il problema comporta i seguenti:
 - Scarsa conoscenza dell'offerta di prodotti/servizi delle imprese, ma anche delle iniziative di maggiore attrazione del territorio, con conseguente minore potere attrattivo da parte del territorio
 - Difficile identificazione del territorio come area in grado di offrire esperienze di acquisto e di svago interessanti
 - Difficile programmazione nell'utilizzo efficace degli strumenti di comunicazione
- **OCCASIONI DI ATTRAZIONE:** si rileva una mancanza di occasioni di attrazione o comunque una loro difficile comunicazione. Questo comporta:
 - Difficile identificazione di Paderno Dugnano come luogo nel quale investire (nascita nuove imprese, organizzazione di eventi di forte richiamo, ...)
- **LOCALI SFITTI:** si rilevano un po' su tutto il territorio comunale, anche se in parte maggiore nell'area centrale che rientra nel perimetro distrettuale. Sono presenti dei vuoti urbani che rovinano l'esperienza di visita della città. Il problema si porta dietro anche questi:
 - Presenza di aree poco frequentate, seppur in presenza di negozi aperti
- **IDENTITA':** il territorio di Paderno Dugnano rientra nella cintura di Milano e questo lo porta ad essere un territorio poco considerato come luogo di visita e per lo sviluppo di un turismo di prossimità. E' inoltre suddiviso in quartieri e zone (eredità del passato, in quanto area formata dalla

fusione di diversi comuni) e quindi diventa difficile dotare l'area di una identità ben specifica. Da qui l'idea di scegliere una porzione di territorio per la nascita del Distretto del Commercio e per dare avvio a politiche ed azioni che potranno in futuro essere esportate anche in altre aree. Manca quindi un codice visivo all'interno dell'urbanizzato, da legare a messaggi specifici identitari.

- **PERCEZIONE DELLA SICUREZZA:** emerge la necessità di far capire che fare acquisti in Paderno Dugnano è sicuro, sia in riferimento al covid, ma anche rispetto alla proposta di prodotti di qualità e sicuri, in grado di rispettare le normative di conformità.
- **COOPERAZIONE:** emerge la difficoltà di cooperare tra imprese e tra imprese e stakeholders, per mancanza di metodologia. Ne consegue:
 - Che le imprese vanno avanti in solitaria, affrontando da soli problemi e sforzi per migliorare la propria competitività
 - Che si crea un clima di sfiducia verso il futuro
 - Che mancano occasioni di innovazione e creazione di iniziative in grado di creare curiosità nell'utenza
 - Che manca una struttura che possa affiancare il Comune nella organizzazione di iniziative ed eventi
- **INCENTIVI:** le imprese necessitano di fondi per garantire i necessari aggiornamenti ed investimenti volti a migliorare la loro competitività. Da questo derivano i seguenti problemi:
 - Mancanza di investimenti che potrebbero migliorare le performance aziendali (software, sistemazione locali, attivazione di servizi all'utenza, ...)
 - Frustrazione da parte del tessuto imprenditoriale

3. OBIETTIVI

L'analisi di contesto inserita all'interno della Relazione illustrativa allegata al presente documento, e il confronto avviato a livello territoriale con alcuni attori privilegiati (Imprese, associazioni e amministrazione comunale), attraverso interviste, come sopra riportato, ha permesso di individuare una serie di bisogni alla base del Distretto del Commercio.



Il rilancio del tessuto economico-sociale di Paderno Dugnano si basa sul raggiungimento dei seguenti **obiettivi strategici**:

COMPETITIVITA' DI IMPRESA

- **Qualità** dell'offerta territoriale, con proposte in linea con i bisogni del target: utenti dei negozi e degli spazi (quindi famiglie, smart worker, cittadini in generale); imprese del territorio che necessitano di servizi di qualità a loro vantaggio; potenziali nuove imprese che possano insediarsi sul territorio occupando "spazi vuoti" e completando l'offerta merceologica di Paderno
- **Integrazione dei servizi**, andando a favorire la nascita di servizi comuni di utilità per tutte le imprese del Distretto e che siano gestiti da un'unica regia per evitare dispersione di risorse e tempo (eventi condivisi, servizi comuni, ...)
- **Cambiamento culturale delle imprese**, attraverso iniziative di sensibilizzazione verso il lavoro di squadra, la cooperazione e la condivisione, ma anche attraverso percorsi formativi in grado di sostenere lo sviluppo di conoscenze trasversali sempre più utili per lo sviluppo aziendale
- **Sviluppo imprenditoriale**, basato su nuovi investimenti da parte delle imprese esistenti, da legare al raggiungimento di specifici obiettivi comuni; ma anche alla nascita di nuove imprese che possano riaprire i negozi sfitti

ATTRATTIVA DELLE AREE COMMERCIALI

- **Accessibilità delle aree**, con una serie di servizi ed interventi che migliorino la fruibilità del territorio e che ne rigenerino alcuni spazi per garantire una maggiore socialità all'aperto e incentivare un maggior flusso di utenza; ma che permettano anche di delimitare chiaramente l'area distrettuale e fornire informazioni off-line ed on-line riferite all'offerta territoriale distrettuale (accessibilità quindi fisica e digitale)
- **Comunicazione** strategica, attraverso un piano di comunicazione e marketing idoneo e che sia in grado di differenziare le proposte delle diverse frazioni, ma in forma sinergica e di comunicare con idonei canali l'offerta
- **Rigenerazione urbana**, attraverso un piano di interventi volti a riqualificare alcune aree ritenute maggiormente strategiche per la fruizione commerciale e la socialità
- **Iniziative ed esperienze di ampio respiro**, in grado di valorizzare le peculiarità territoriali e soprattutto di integrare diverse componenti tra di loro: cultura, sport, grandi eventi

Il tutto attraverso una governance di Distretto coesa.

Il Distretto del Commercio di Paderno Dugnano intende quindi:

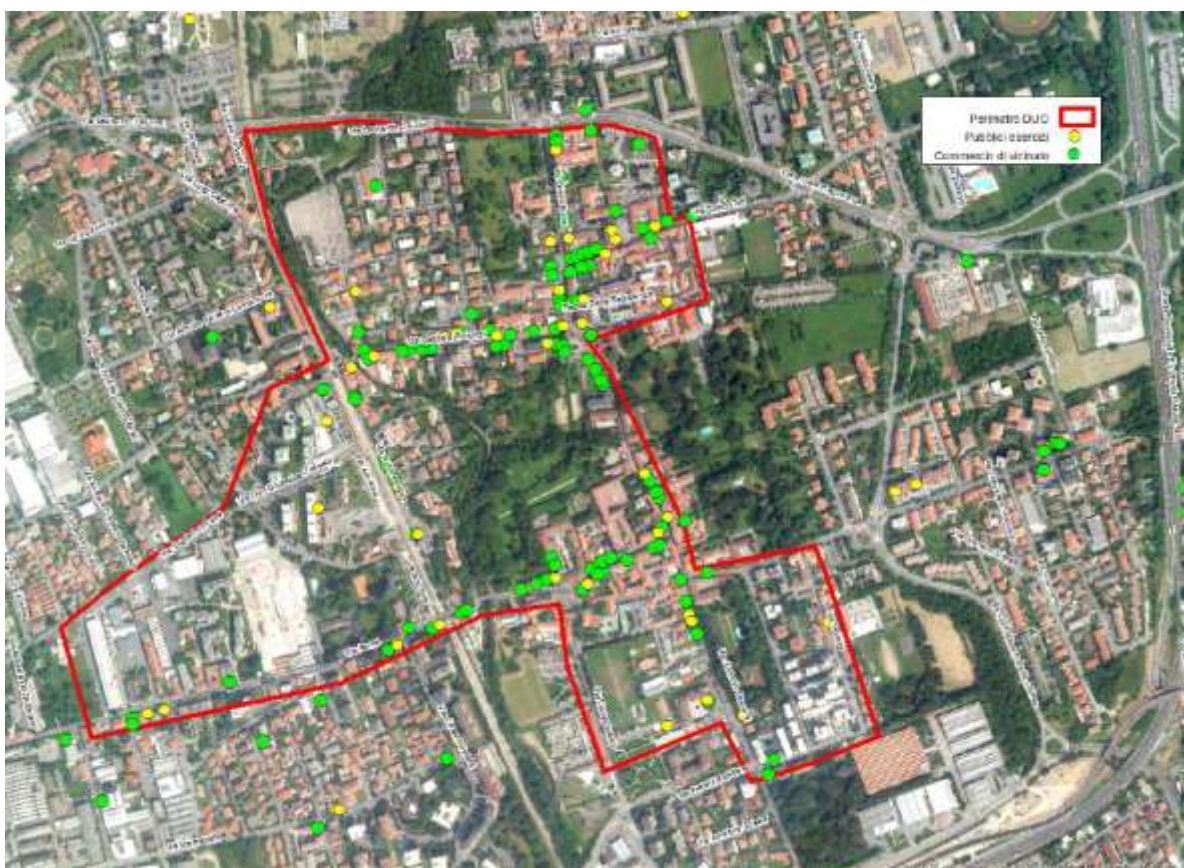
- 1) rigenerare a 360° la porzione di territorio individuata, affinché diventi attrattiva per l'utenza (dei negozi ma anche degli elementi di svago ed esperienziali fruibili), ma anche per le imprese, sia già attive sia da insediare, che vedano il territorio come luogo strategico per la loro crescita, e infine per l'attrazione di investimenti esterni, legati ad esempio alla scelta del territorio per grandi eventi ed iniziative di rilievo, in grado di attrarre a loro volta nuova utenza. La sfida del Distretto ricade proprio nella capacità di incanalare questi flussi di utenza nelle aree dove operano i negozi, a vantaggio della loro crescita.

- 2) Supportare il processo di crescita e sviluppo delle imprese, attraverso l'attivazione di iniziative di cooperazione e innescando il necessario cambiamento culturale verso una innovazione nell'offerta dei servizi e dei prodotti
- 3) Rigenerare completamente alcune aree inserite nel distretto, principalmente piazze, affinché si trasformino in un punto attrattivo per socialità e per grandi eventi attrattivi

4. PERIMETRO DISTRETTUALE

L'Amministrazione di Paderno Dugnano, di concerto con Confcommercio, ha individuato come Distretto del commercio una porzione ben precisa del territorio comunale, che ricomprende le seguenti vie:

<ul style="list-style-type: none"> • Via Madonna • Via Gramsci Antonio • Via Grandi Achille • Via Tobagi Walter • Via Buozzi Bruno • Piazza Matteotti Giacomo • Via Rotondi Gaspare • Via IV Novembre • Via Roma • Via Camposanto • Via Oslavia • Via XV Aprile • Via Cadorna • Via Lamarmora 	<ul style="list-style-type: none"> • Piazza Divina Commedia • Piazza della Meridiana • Piazza Uboldi • Via Piaggio • Via Pogliani Giuseppe • Via Pepe Guglielmo • Via Cazzaniga • Via Gorizia • Via Cherubini • Via E. De Marchi • Via Fante d'Italia • Piazza Falcone e Borsellino • Via Avogadro
---	---



Si tratta di un'area che racchiude al suo interno la maggior parte delle imprese di vicinato e dei pubblici esercizi (pallini verdi e gialli).

5. STRATEGIA

La strategia alla base del Distretto del Commercio di Paderno Dugnano si basa su un importante processo di **RIGENERAZIONE da un lato urbana**, nell'ottica di riqualificare specifiche aree ritenute strategiche per innescare maggiore attrattiva locale, puntando su tematiche green, mobilità sostenibile, **ma anche maggiore accessibilità alle aree per dare vita ad un'esperienza di visita accogliente e accessibile a tutti**. Rigenerazione però **anche nelle modalità di offerta** del tessuto di vicinato locale e dell'esperienza fruibile a livello territoriale, prevedendo un processo di integrazione delle proposte.



Partendo da queste considerazioni, sono stati impostati **3 ASSET STRATEGICI** sui quali fondare la futura azione del Distretto.



Si tratta di 3 asset strategici sui quali il Distretto del Commercio di Paderno Dugnano intende operare in forma integrata e sinergica. Vediamo in dettaglio i singoli asset strategici.

IDENTITA'

Il Distretto intende legare la sua identità a concetti chiave legati alla rigenerazione delle aree, ma anche alla tipologia di offerta esperienziale (culturale e naturalistica) legata ad un tipo di shopping sostenibile ed attento all'ambiente e al green.

Da qui la necessità di investire su una visione identitaria del Distretto, pianificando idonee strategie di marketing e un piano di comunicazione in grado di raggiungere i diversi target (utenti, cittadini, imprese). I messaggi che vogliamo comunicare sono:

SHOPPING GREEN – SHOPPING FOR ALL – SHOPPING SOSTENIBILE

COMPETITIVITA'

Il territorio e le sue imprese competono se investono su una serie di aspetti innovativi e metodologici. Intendiamo toccare aspetti legati all'innovazione nelle modalità di offerta e proposta delle eccellenze locali (offerta delle imprese ma anche delle esperienze fruibili a livello territoriale) che sfruttino anche le nuove tecnologie digitali e comunicative. Intendiamo curare anche la qualità dell'offerta, perché sia in grado di rivolgersi ai diversi target e possa identificare il Distretto in maniera univoca. Si compete anche nel momento in cui si riescono a creare sinergie tra diverse proposte ed iniziative, favorendo una messa a sistema delle risorse economiche, umane e materiali. La formazione è un aspetto sul quale intendiamo puntare, per aiutare le imprese ad affrontare al meglio alle nuove sfide del mercato. Così come la sensibilizzazione verso la cooperazione. Le imprese possono competere se sono in grado di sostenere investimenti chiave per il proprio sviluppo: aiuti economici e sgravi fiscali rappresentano strumenti essenziali in ambito distrettuale. Infine, intendiamo avviare un processo di programmazione condivisa e co-progettata, perché tutti concorrano alla realizzazione di obiettivi comuni. La competitività nasce dai seguenti concetti chiave:

***INNOVAZIONE – QUALITA' – INTEGRAZIONE – FORMAZIONE – SENSIBILIZZAZIONE
– PROGRAMMAZIONE - SUPPORTO***

REGOLAMENTAZIONE

Il territorio ha bisogno di coinvolgere maggiormente i commercianti nelle scelte per la crescita dello spazio in cui avviene attività commerciale. La governance rappresenta quindi un aspetto fondamentale per poter coordinare al meglio il processo di programmazione e di realizzazione delle diverse iniziative in forma coordinata e concertata. Per una gestione efficace del Distretto e un coordinamento idoneo, si vuole investire su un processo di regolamentazione, che riguarda in primis il Distretto stesso, per il quale intendiamo dotarci di una Regolamentazione ad hoc, ma che attiene anche ad una regolamentazione di alcuni processi in grado di migliorare la competitività delle imprese e dell'offerta (ad esempio regolamentazione oraria, della sosta, identità coordinata, ...). Le parole chiave sono:

GOVERNANCE – REGOLAMENTAZIONE – LINEE GUIDA

Il distretto del commercio di Paderno Dugnano, quindi, intende attivare questi asset strategici, creando interconnessioni tra di loro e prevedendo una programmazione di breve, medio e lungo periodo legata a specifiche azioni progettuali.

6. MODELLO DI GOVERNANCE

Regione Lombardia considera i Distretti del Commercio “sistemi di governance” in cui il commercio rappresenta un insieme di opportunità da coordinare in modo integrato e unitario a partire da una vision condivisa e dal Programma di Intervento del Distretto.

Per questo motivo è importante dotarsi di un partenariato stabile ed inclusivo e dare avvio ad un sistema di governance efficace e snello.

Il partenariato del Distretto del Commercio di Paderno Dugnano, in questa prima fase di costituzione, vede il coinvolgimento, oltre al Comune di Paderno Dugnano, anche di Unione Confcommercio Imprese per l’Italia – Milano, Lodi, Monza e Brianza e Camera di Commercio di Milano.

Il Comune di Paderno Dugnano, in qualità di Capofila, ha il compito di:

- rappresenta il partenariato nei confronti di Regione Lombardia
- recepisce gli interventi di competenza dei diversi partner pubblici e privati in un programma di intervento integrato, coerente e condiviso con il partenariato
- compie gli atti necessari per la partecipazione agli eventuali bandi pubblicati da Regione Lombardia previsti per il finanziamento di progetti nell’ambito del Distretto del commercio, alle eventuali procedure di selezione e conseguenti alle stesse fino alla completa realizzazione degli interventi previsti dal programma
- supporta il consolidamento di un partenariato pubblico-privato aperto, ma stabile nel tempo con i vari soggetti
- coordina il processo di attuazione del programma d’intervento e ne assicura il monitoraggio
- nel caso di partecipazione a bando pubblico regionale, rendiconta a Regione Lombardia le attività finanziate, conformemente a quanto previsto dall’atto di approvazione della graduatoria e del relativo contributo
- nel suddetto caso, coordina i rapporti finanziari con Regione Lombardia (incassi e pagamenti) e con altri eventuali sponsor/partner

Il **modello di governance** scelto per amministrare l’azione distrettuale prevede:



CABINA DI REGIA

La Cabina di Regia è organo di governo strategico del partenariato, cui compete il conseguente potere decisionale, di indirizzo e di controllo sulle attività del Distretto ai quali gli altri organi devono attenersi. Si riunisce almeno una volta ogni tre mesi, anche in modalità a distanza e telematica. Attraverso la Cabina di Regia avvengono i **processi decisionali del Distretto**, nel rispetto dei criteri di agilità gestionale ed efficienza d'azione, nell'ottica di un approccio sinergico e condiviso.

I soggetti che compongono la Cabina di Regia sono:

- n. 2 rappresentanti del Comune di Paderno Dugnano, così specificati:
 - il Sindaco o un Assessore su delega del Sindaco con funzione di Presidente
 - un rappresentante indicato dalla maggioranza
- n. 2 rappresentanti della Unione Confcommercio-Imprese per l'Italia Milano, Lodi, Monza e Brianza

La Cabina di Regia delibera a maggioranza degli aventi diritto e a ciascun partecipante è riconosciuto 1 voto.

La Cabina di Regia:

- svolge un ruolo di soggetto attivo e promotore del lavoro di miglioramento, implementazione ed eventualmente aggiornamento del Programma di intervento, nel rispetto, comunque, dei limiti previsti nello stesso Regolamento e nell'eventuale Bando di finanziamento
- cura che le iniziative e le azioni svolte nel distretto, nel rispetto del Programma di intervento, siano costantemente mirate al pieno coinvolgimento di tutta l'area territoriale del Distretto
- si adopera affinché il Distretto sia il luogo strategico per la promozione del tessuto economico
- approva la definizione in dettaglio dei progetti
- definisce il processo di progettazione integrata che è alla base della costruzione e della sostenibilità nel tempo del Distretto commerciale attraverso l'individuazione di ulteriori opportunità di sviluppo ed una capacità di attrazione di risorse aggiuntive
- monitora la realizzazione del Programma di intervento e la sua corretta attuazione
- approva l'ammissione di eventuali nuovi partner che abbiano richiesto, dopo la costituzione, di aderire al Distretto; i nuovi partner faranno parte solo della Consulta di Distretto
- approva la destinazione e l'utilizzazione di eventuali finanziamenti del Distretto, ricevuti da qualsiasi soggetto ammesso quale partner dopo la costituzione del Distretto, con esclusione di quelli provenienti da specifici bandi
- può nominare il Manager del Distretto con i relativi compiti, nel rispetto di quanto previsto nell'Accordo di Distretto. La nomina del Manager di Distretto deve essere assunta all'unanimità

Alle riunioni partecipa anche 1 rappresentante di Camera di Commercio, senza diritto di voto.

CONSULTA DI DISTRETTO

La Consulta di Distretto è composta dai rappresentanti di tutti i partner di Distretto, sia sottoscrittori dell'Accordo, sia successivamente ammessi al partenariato ed è un organo propositivo in cui si discute sullo stato di avanzamento del Programma di Distretto, vengono presentati suggerimenti, proposte o segnalazioni da inoltrare alla Cabina di Regia.

La Consulta opera mediante assemblee che possono approvare mozioni alla Cabina di Regia, sia propositive sia di segnalazione e si riunisce almeno una volta ogni tre mesi attraverso una riunione ordinaria trimestrale, anche in modalità a distanza e telematica e coinvolge la totalità dei partner che aderiscono al presente Accordo di Distretto. La deliberazione avviene a maggioranza dei voti.

MANAGER DI DISTRETTO

L'attività del Distretto può essere gestita, fermo restando i poteri decisionali in capo alla Cabina di Regia, da un'apposita figura di coordinamento definita Manager di Distretto, ove nominato, che ha il compito di garantire la regia unitaria del distretto, e interagendo con i portatori di interessi aderenti al Distretto (Comune, organizzazioni imprenditoriali, imprese, proprietà immobiliari, consumatori, etc.).

La figura del Manager di Distretto ha compiti esecutivi e può essere individuata sia internamente che esternamente alla pubblica amministrazione. Ha anche funzione di presentare proposte progettuali, di coordinamento e di supporto tecnico-organizzativo nello sviluppo di azioni, in sinergia con la Cabina di Regia, in relazione alle tematiche specifiche individuate nel presente Accordo di Distretto e nel Programma di Distretto.

I compiti del Manager di Distretto sono:

- analizzare e comprendere le dinamiche del distretto in cui opera
- sviluppare e rafforzare le partnership, mantenendo l'equilibrio tra attori pubblici e privati e cercando le opportunità più appropriate ed equilibrate per tutti i partner
- organizzare e convocare le riunioni periodiche
- gestire le riunioni con i partner e con la cittadinanza
- coordinare la realizzazione delle azioni previste nell'Accordo di Distretto e nel Programma di Distretto nonché nei progetti deliberati dalla Cabina di Regia, orientando le fasi previste e incoraggiando la collaborazione
- interloquire con altre Amministrazioni nell'ambito delle attività del Distretto, ove espressamente incaricato dalla Cabina di Regia con apposita delibera assunta all'unanimità

Il Manager di Distretto deve adoperarsi affinché le azioni ed i programmi di intervento deliberati dalla Cabina di Regia siano attuati

7. INTERVENTI NEL TRIENNIO

Partendo dagli asset strategici precedentemente illustrati, legati ai bisogni del territorio e delle imprese, sono state impostate una serie di schede progettuali sulle quali concentrare l'attenzione nei prossimi 3 anni (2022-2023 e 2024). Trattasi di progetti strategici per il Distretto di Paderno Dugnano, per alcuni dei quali si dispongono già di risorse, mentre per altri si devono ricercare risorse, principalmente attraverso bandi di contributo.

1. IDENTITA'

1.1 Piano di comunicazione integrata

Introduzione

La prima azione che il Distretto intende compiere, riguarda l'implementazione di un piano di comunicazione che permetta di raggiungere target interni ed esterni nel comunicare l'esistenza del Distretto, le sue finalità ed azioni e i concetti sui quali si fonda la sua nascita. Stante i target individuati come di interesse per il nostro Distretto, ovvero cittadini, cittadini di paesi limitrofi, nuove imprese, le azioni che si intendono mettere in campo sono, nell'ordine:

1) CREAZIONE DEL LOGO DI DISTRETTO

E' in fase di sviluppo un logo identificativo, al quale associare i concetti che stanno alla base della visione identitaria, ovvero accessibilità, green, qualità, con un disegno molto semplice, in grado di adattarsi alle diverse funzioni d'uso che ne seguiranno (social, web, locandine, vetrofanie identificative di determinati servizi offerti dal Distretto stesso, ...). Il logo sarà negli anni uno strumento identificativo del Distretto e in grado di essere associato alla vision strategica alla sua base. Il Logo sarà associato anche ad uno slogan di Distretto, per favorirne l'immediata riconoscibilità.

2) CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Contestualmente al logo, sarà implementato un piano di comunicazione strategico, orientato ai target sopra descritti, finalizzato ad informare della nascita del Distretto del Commercio e per:

- Comunicare i servizi offerti in ambito distrettuale
- Comunicare le iniziative in corso
- Ingaggiare la partecipazione attiva dei commercianti alle iniziative
- Sensibilizzare sulla filosofia di Distretto (cooperazione, collaborazione, programmazione, ...)

Nello specifico, verranno attivati diversi strumenti, da collegare alla APP DEL COMMERCIO DI PADERNO DUGNANO (APPaderno – nata nel corso del 2021) già esistente e che, come descritto nella Relazione Illustrativa allegata al presente documento, vede la partecipazione della quasi totalità delle imprese e di molti utenti:

- **SOCIAL NETWORK:** sfruttando le pagine social già esistenti, principalmente facebook, si vuole attivare una programmazione di post settimanale volta a diffondere le informazioni legate da un lato alla nascita del Distretto e dei concetti chiave ad esso collegati, ma anche informare sui servizi e le iniziative di Distretto.

	<p>Perché i messaggi comunicati siano diffusi il più possibile, sarà necessario creare sinergie con altre pagine esistenti (delle associazioni locali, delle imprese, ...) affinché i messaggi veicolati vengano ripresi e diffusi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ACCORDI CON GRANDI STRUTTURE DI VENDITA: sul territorio sono presenti diverse grandi strutture di vendita, con le quali si vorrebbe avviare un confronto per poter promuovere, a loro interno, alcuni messaggi legati al Distretto del Commercio e soprattutto le iniziative fruibili sull'area distrettuale, a vantaggio dei negozi che vedrebbero un maggiore afflusso di utenza attratta da iniziative di richiamo ed eventi sul territorio distrettuale. • SEZIONE DEDICATA SUL PORTALE WEB: che informi delle diverse iniziative e proposte presenti sul territorio di Distretto e informi dei servizi attivi (ad esempio APP, carte fedeltà, ...) <p>3) CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE ALL'UTENZA: la comunicazione comprende anche la sensibilizzazione all'utenza rispetto all'offerta presente sul territorio distrettuale e all'importanza di effettuare acquisti nei negozi del Distretto. Paderno offre attualmente 3 CARD associate alla APPaderno: carta famiglia base, carta famiglia + e carta oro, che offre prodotti e servizi legati a specifiche promozioni alle famiglie e alla popolazione anziana. Si vorrebbe implementare la sensibilizzazione agli acquisti locali anche puntando su messaggi legati ai temi del green, della sicurezza degli acquisti e della qualità dei prodotti, anche attraverso dei video da parte di "testimonial" territoriali che utilizzano i negozi locali</p>
Tempi	<ul style="list-style-type: none"> • Entro il II semestre del 2022, predisposizione del Logo di Distretto • Entro il II semestre del 2022, predisposizione del piano di comunicazione e della campagna di sensibilizzazione. Le azioni di comunicazione proseguiranno per l'intera durata del Distretto • Entro il I semestre 2023: sezione web dedicata al Distretto
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia Consulta di Distretto</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicazione mirata a specifici target • Creazione di una identità specifica per il Distretto • Maggiore visibilità per imprese e enti del territorio • Chiara identificazione dei principi alla base del Distretto di Paderno Dugnano

1.2 Codice visivo distrettuale

Introduzione

L'identità distrettuale è legata anche alle caratteristiche estetiche delle aree dove si svolge attività commerciale. Paderno Dugnano ha scelto una specifica porzione territoriale per dare vita al Distretto del Commercio. Da qui la necessità di rendere fin da subito visibile, appena si entra in questa area, che si entra nel perimetro distrettuale.

1) PORTALI DI INGRESSO

Si vuole individuare, sulle vie di ingresso al perimetro distrettuale, uno spazio dove apporre della cartellonistica che comunica che si sta entrando nel distretto del commercio. Prevedendo anche un QRCode che rimandi ad una sezione del portale web comunale e/o all' APPaderno che illustri l'offerta territoriale. La cartellonistica di accesso dovrebbe evidenziare le eccellenze territoriali in termini di fruizione di spazi ed esperienze e gli itinerari.

2) PERCORSI ED ITINERARI ESPERIENZIALI

Anche le vie interne al perimetro distrettuale saranno coinvolte da una comunicazione ad hoc che le veda protagoniste in itinerari e percorsi costruiti ad hoc. La promozione di uno specifico brand avviene attraverso la promozione integrata delle eccellenze, esperienze e servizi offerti a livello territoriale. L'analisi territoriale ha messo in evidenza la presenza di diverse eccellenze che vengono oggi promosse disgiuntamente e non integrate in uno specifico disegno. Attraverso il Distretto si vuole valorizzare tutto il potenziale esistente, andando a creare uno o più "itinerari esperienziali", che racchiudano al loro interno i seguenti elementi:

- Punti di interesse culturali
- Punti di interesse legati alla natura (anche in connessione con elementi esterni al perimetro distrettuale e in grado di favorire spostamento di flussi di utenza, ad esempio il Parco del Lago Nord)
- Luoghi ad alta presenza di negozi
- Eventi ed iniziative
- Servizi di trasporto sostenibile, ma anche legati al miglioramento della shopping experience

Gli itinerari andranno a creare collegamenti tra cultura e shopping e tra cultura e natura.

Infine, un ruolo interessante all'interno degli itinerari, possono avere i **locali sfitti**, le cui vetrine possono essere tappezzate di fotografie e testi che accompagnano l'utente a conoscere la storia di Paderno Dugnano, alcuni aneddoti, attraverso uno "storytelling di città". Una volta progettati, gli itinerari saranno accompagnati da una mappa georeferenziata disponibile on-line e off-line, da poter ritirare all'interno dei negozi.

	<p>La creazione dei percorsi avverrà in co-progettazione con imprese e stakeholders locali, nell'ottica di dare vita ad una "mappa di comunità" in grado di evidenziare iniziative e proposte di interesse.</p> <p>3) ARREDO URBANO COORDINATO</p> <p>Sia nelle piazze che sulle vie ad alta densità commerciale, si prevede di installare arredo urbano, anche intelligente, che favorisca una maggiore socialità e sosta (sedute, wi-fi, ricarica batteria del telefono, ...), sia da parte del Comune ma anche da parte dei negozi, a seconda delle disponibilità delle aree. Il tutto attraverso anche il coinvolgimento della cittadinanza, in una sorta di progettazione partecipata del rilancio della città.</p> <p>4) ISOLE PEDONALI</p> <p>Sul territorio sono già state progettate delle isole pedonali e l'obiettivo del Distretto, anche in linea con la creazione di itinerari ed eventi attrattivi, è quello di potenziare la presenza di isole anche temporanee in alcuni periodi dell'anno.</p>
Tempi	<ul style="list-style-type: none"> • Tutte le iniziative saranno progettate nel corso del II semestre 2022 e realizzate nel corso del 2023
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia Consulta di Distretto</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Valorizzazione delle eccellenze locali • Migliore veicolazione dei flussi di utenza • Maggiore visibilità per imprese e enti del territorio

•

1.3 Iniziative speciali	
Introduzione	<p>Il Distretto del Commercio di Paderno Dugnano intende diffondere un'immagine di shopping per tutti e di shopping attento alla natura e alle tematiche green.</p> <p>1) SHOPPING FOR ALL</p> <p>L'accessibilità sulla quale vogliamo lavorare attiene sia a quella fisica che a quella digitale.</p> <p>ACCESSIBILITA' FISICA</p>

L'Amministrazione comunale di Paderno Dugnano, negli ultimi anni, si è attivata per eliminare una serie di barriere architettoniche presenti a livello territoriale, per permettere a tutti di fruire di aree pubbliche. In linea con questo trend, attraverso il Distretto del Commercio si vuole potenziare questa azione, ponendo particolare attenzione alle aree dove si svolge attività commerciale. Per implementare questa azione, si persegue:

- Abbattimento di barriere architettoniche nei locali, per un territorio inclusivo, attraverso incentivi che possano sostenere le imprese in questo importante percorso. L'idea è quella di abbattere le barriere architettoniche sia all'ingresso dei negozi, sia al loro interno, per garantire una *shopping experience* adeguata a tutti: disabili motori, ma anche famiglie con passeggini, anziani con ridotta capacità motoria
- Creazione di aree di sosta attrezzate all'esterno dei negozi (laddove possibile), con la possibilità di un arredo urbano intelligente (carica batteria del telefono, wi-fi, ...)
- Adesione, del tutto gratuita, alla APP Wheel-MAP, disponibile a livello mondiale, che permette a enti e imprese di segnalare i luoghi accessibili ai disabili motori (in sedia a rotelle), ma anche a famiglie con passeggini, così da facilitare l'esperienza di visita. Il progetto prevede di sensibilizzare le imprese del Distretto ad aderire all'iniziativa, attraverso il coordinamento del Distretto

ACCESSIBILITA' DIGITALE

L'accessibilità digitale attiene all'implementazione di sistemi digitali che toccano diversi aspetti della filiera di acquisto: promozione prima di entrare in negozio (quindi sostegno alle imprese nella implementazione di sistemi di comunicazione delle offerte e delle proposte); all'esterno del negozio (con vetrine interattive volte ad informare di promozioni e iniziative); all'interno del negozio (con iniziative di visual merchandising e totem informativi); durante l'acquisto e nei sistemi di pagamento. Nello specifico:

- Supporto alle imprese affinché possano investire in sistemi digitali

2) SHOPPING GREEN

Il Distretto punta sul tema del green e della sostenibilità, con l'idea di implementare progetti in grado di promuovere, sotto una luce diversa, le imprese del territorio. Le azioni che si vorrebbero mettere in campo sono:

- Sensibilizzazione a spostamenti con mobilità sostenibile, sfruttando soprattutto la fitta **rete ciclabile** presente a livello distrettuale e installando in posizione strategica delle rastrelliere per il noleggio delle biciclette, coinvolgendo anche i negozi

	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione di progetti di sensibilizzazione che coinvolgano negozi del territorio, legati alla riduzione dei consumi energetici e all'abbattimento dell'utilizzo di contenitori e imballaggi di plastica, alla raccolta differenziata, con l'erogazione di "crediti" agli utenti che aderiscono a specifici progetti (ad esempio la consegna di bottiglie di plastica) da spendere nei negozi del Distretto <p>3) SHOPPING SOSTENIBILE</p> <p>Il Distretto intende potenziare la sua impronta "sostenibile" legata anche alla sfera sociale, attraverso l'implementazione di due progetti strategici:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welfare aziendale: con la possibilità di coinvolgere le grandi aziende del territorio nella erogazione di buoni welfare ai dipendenti, da poter spendere esclusivamente nei negozi del Distretto, attraverso accordi tra le imprese e il Distretto (iniziativa che potrebbe riguardare anche i dipendenti delle grandi strutture di vendita) • APP TOO GOOD TO GO: si tratta di una App https://toogoodtogo.it/it/ che si rivolge principalmente a negozi di alimentari ma anche ristoranti che a fine giornata, ad eccedenze alimentari non più utilizzabili in tempi brevi, possono mettere a disposizione, a prezzi ridotti, i beni, con il vantaggio per i negozi di ottenere comunque introiti dalla loro vendita, anche se ribassati rispetto al normale costo, all'utente meno abbiente di acquistare dei beni di qualità a prezzi ridotti e di contenere gli sprechi alimentari, riducendo anche i rifiuti (a vantaggio del Comune che nel tempo riduce i costi per la raccolta e la gestione dei rifiuti). Il progetto mira a sensibilizzare le imprese ad aderire all'iniziativa, attraverso il coordinamento del Distretto
Tempi	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione tavoli tematici: entro il II semestre del 2022 • Progettazione specifica iniziative: entro il I semestre 2023 • Avvio iniziative: entro il II semestre 2023 <p>Queste azioni proseguiranno per l'intera durata del Distretto.</p>
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia Consulta di Distretto Imprese e Stakeholders</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Posizionamento strategico del Distretto legato a temi specifici: accessibilità, green e sostenibilità • Creazione di contenuti volti a dare una comunicazione specifica al Distretto e contribuire a creare una specifica identità

1.4 Rigenerazione urbana

<p>Introduzione</p>	<p>L'identità di Distretto è legata anche alla capacità di rigenerare alcuni spazi ritenuti maggiormente strategici per lo sviluppo competitivo dell'area. Il progetto di rigenerazione urbana coinvolge gli assi stradali che compongono il "quadrilatero" che costituisce l'area centrale del Distretto.</p> <p>Le iniziative sulle quali si intende agire sono:</p> <p>1) RIQUALIFICAZIONE PIAZZE</p> <p>Il progetto consiste nel rivisitare due piazze centrali in area distrettuale: Piazza della Resistenza e Piazza Oslavia, che rappresentano due punti di congiunzione su una delle vie centrali per il commercio. L'idea è di rivisitarle completamente per favorire momenti di socialità e passeggiate a vantaggio dei negozi. E per consentire anche attrazione di grandi eventi.</p> <p>2) POTENZIAMENTO MOBILITA' SOSTENIBILE</p> <p>Sul territorio sono presenti numerose piste ciclabili che permettono alla cittadinanza di girare in sicurezza e raggiungere le aree commerciali di vicinato. Vi sono però alcuni tratti che oggi impediscono una fruizione in sicurezza di alcuni tracciati. Da qui l'idea di proporre una serie di interventi per incentivare la mobilità sostenibile. Il primo riguarda il potenziamento della connessione interquartiere in Via Cardinal Riboldi. Il secondo in Via F. Santi, per mettere in sicurezza la dorsale ciclabile est/ovest.</p> <p>Si vuole implementare un servizio di bike sharing che permetta all'utenza di noleggiare biciclette in punti strategici (tra cui la Stazione) per poi fruire delle aree commerciali in bicicletta. Si vuole potenziare anche l'utilizzo di biciclette elettriche, da qui l'idea di potenziare la presenza di colonnine di ricarica sul territorio, in aree mercatali e nelle vie ad alta densità commerciale.</p> <p>3) QUALITA' DEL DECORO URBANO</p> <p>Nell'ottica di rigenerare le aree di socialità presenti all'interno del Distretto del Commercio, nei prossimi anni si prevede di intervenire nella sistemazione delle seguenti aree:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parco di Via Sibelius • Parco di Via Mercadante • Parco di Via Mascagni • Parco di Via Cimarosa • Parco Langer: riqualificazione • Parco Via Chopin
---------------------	---

Si tratta di parchi ad alta frequentazione e posizionati in prossimità di aree dove si svolge commercio di vicinato e all'interno dei quali poter organizzare iniziative ed eventi di attrattiva e richiamo.

Al contempo si vuole intervenire anche sul parcheggio del Cimitero di Dugnano, che rappresenta un punto di scambio per raggiungere poi a piedi alcune aree commerciali situate in Via Grandi e nei dintorni.

Nel suo complesso, il progetto affronta il tema della riqualificazione di Piazza della Resistenza sulla quale affaccia il Municipio comunale, con l'obiettivo di ridisegnare lo spazio centrale della comunità cittadina, espandendolo verso le aree commerciali presenti lungo le vie limitrofe.

L'approdo in prossimità della Stazione FNM di Paderno, punta a promuovere forme di interscambio ferro/gomma e potenzialmente ad attrarre utenza esterna verso i grandi parchi del quadrante orientale.

Il complesso della biblioteca e del centro culturale Tilane (nati dalla riconversione di un complesso industriale dismesso, su disegno dell'arch. Gae Aulenti ed esperti della città) che sono identificati come approdo del percorso, si presentano come luogo in cui cultura, informazione e aggregazione sociale prendono forma e si contaminano.

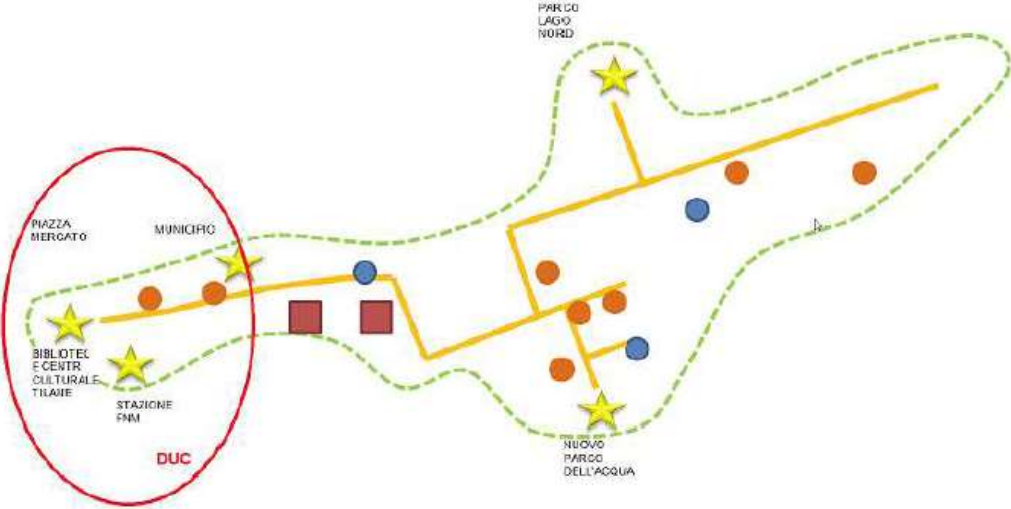
Il progetto prevede l'allestimento di due grandi aree di proprietà comunale, ubicate all'ingresso dell'abitato di Dugnano (provenendo dall'asse della Milano-Meda) con l'obiettivo di connotarle quali parti effettive della rete ecologica urbana.

Il quartiere distrettuale si connette al Parco Lago Nord (complesso nato negli anni '80 dalla riconversione paesaggistico/ambientale delle aree utilizzate come cava di sabbia e ghiaia) e al Parco dell'Acqua, progetto che si sta sviluppando integrando spazi per nuove funzioni pubbliche e trattamento delle acque tramite la fitodepurazione.

Il sistema dei percorsi si proietta all'interno del perimetro del Parco Gru.Bria, innestandosi in una rete di connessioni sovracomunali.

Il progetto conduce il sistema della mobilità dolce a superare le grandi aste della Milano-Meda e della Via Erba lungo la quale si attende l'imminente avvio dei lavori di riqualificazione della metrotramvia Milano-Seregno.

La griglia delle connessioni progettuali è questa:

	
Tempi	Queste azioni saranno realizzate durante i tre anni di Distretto.
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia Consulta di Distretto
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Rigenerazione del territorio • Abbellimento delle aree • Creazione di interconnessioni territoriali a vantaggio della mobilità dei flussi di utenza verso i negozi

2. COMPETITIVITA'

2.1 Calendario eventi	
Introduzione	<p>Gli eventi rappresentano un aspetto importante per lo sviluppo attrattivo del Distretto del Commercio. Sul territorio sono presenti diversi eventi, anche legati alle tradizioni locali. Attraverso il Distretto si vuole agire su due fronti:</p> <ul style="list-style-type: none">• OTTIMIZZARE il calendario di eventi attuale, prevedendo la creazione di un calendario univoco di eventi portati avanti dall'amministrazione comunale e dagli stakeholder territoriali, cosa che permetterebbe di:<ul style="list-style-type: none">○ programmare al meglio le azioni di comunicazione delle diverse proposte○ ridurre eventuali sovrapposizioni di eventi e facilitare la creazione di sinergie (eventi che si rafforzano tra di loro)○ coinvolgere attivamente i negozi con proposte collegate e sinergiche○ Individuare dei periodi di minor presenza di eventi, da riempire con contenuti legati alle linee identitarie del Distretto○ ottimizzare i costi di comunicazione delle iniziative○ ampliare il grado di diffusione delle iniziative attraverso il ricorso a canali più ampi○ promuovere gli "itinerari esperienziali" arricchendoli di eventi tematici• POTENZIARE il calendario inserendo nuovi eventi, in grado di fungere da "cappello introduttivo" di quelli esistenti e legarli ai tematismi identitari del Distretto. Ma soprattutto in grado di attrarre diversa utenza. L'idea è quella di organizzare anche eventi itineranti presso i parchi e le piazze del Distretto, creando opportune interconnessioni con le iniziative proposte dai commercianti. Rispetto a questa linea di azione, si prevede anche la creazione di piccoli "mercati specialistici" in corrispondenza di aree pubbliche situate in prossimità delle zone oggetto di rilancio economico. Le loro caratteristiche potrebbero essere queste:<ul style="list-style-type: none">▪ Mercati a carattere monotematico, legati ad una specializzazione merceologica non presente sul territorio e quindi in grado di attrarre utenza a vantaggio delle altre categorie merceologiche

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mercati a carattere sperimentale, da attivare in determinati periodi dell'anno, magari in assenza di eventi. Alcuni temi potrebbero essere questi: <ul style="list-style-type: none"> • Benessere e salute • Sport, anche in collaborazione con le associazioni locali • Collezionismo
Tempi	<ul style="list-style-type: none"> • Entro il II semestre del 2022, creazione di un Tavolo degli Eventi con gli stakeholders e le imprese del territorio • Entro fine 2022 predisporre il calendario condiviso degli eventi per il periodo estate/autunno/inverno <p>Queste azioni proseguiranno per l'intera durata del Distretto, con programmazione semestrale del calendario di eventi. I nuovi eventi saranno programmati durante l'anno.</p>
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia Consulta di Distretto Stakeholders e Imprese</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Migliore promozione del territorio e delle sue eccellenze • Potenziamento comunicativo del Distretto • Collegamento tra eventi ed itinerari attrattivi e proposte dei commercianti

2.2 Servizi alle imprese

Introduzione	<p>Il progetto prevede di implementare una serie di servizi rivolti alle imprese di Paderno Dugnano, nell'ottica di fornire alle imprese strumenti idonei alla loro crescita.</p> <p>1) FORMAZIONE</p> <p>In linea con le esperienze già realizzate nel corso degli ultimi anni, è emerso il bisogno di formazione su tematiche sia generali, legate ad esempio al lavoro in rete, ma anche specifiche, volte a migliorare la competitività aziendale. Negli anni Il Comune insieme a Confcommercio ed altri soggetti, ha messo a punto una serie di proposte formative, che spaziano dalle tecnologie digitali come strumento di promozione, gestione e</p>
--------------	---

	<p>fidelizzazione, al visual merchandising e alla gestione aziendale. Attraverso il Distretto si vuole quindi programmare un calendario formativo, da co-progettare insieme alle imprese rispetto ai bisogni che di volta in volta emergono e in linea con le evoluzioni del mercato</p> <p>2) CONSULENZA</p> <p>Oltre al bisogno formativo, le imprese hanno anche la necessità di essere accompagnate nelle diverse fasi della loro vita. Con il coinvolgimento di Confcommercio e altri soggetti opportunamente individuati, si prevede di accompagnare la nascita di nuove imprese fornendo loro supporto per i business plan e le procedure di avvio, nonché per introdurle adeguatamente nel contesto economico di Paderno Dugnano. Allo stesso modo, si prevede di dare un servizio di consulenza alle imprese esistenti, nel processo di crescita aziendale. Si tratta di servizi che, nell'ambito del Distretto, saranno implementati nel rispetto degli obiettivi legati ad accessibilità, green e cultura, per meglio raggiungere gli obiettivi di Distretto</p> <p>3) ANALISI FLUSSI UTENZA</p> <p>Per capire e conoscere al meglio le abitudini di frequentazione delle zone ad alta densità commerciale, da parte dell'utenza, il progetto prevede di implementare un sistema di analisi dei flussi dei visitatori che, attraverso specifici rilevatori elettronici posizionati in aree strategiche di Paderno e lungo le porte di accesso e le vie principali, mostri l'andamento del flusso a livello giornaliero e settimanale. Strumento fondamentale e di supporto per definire il progetto della pianificazione degli orari e la pianificazione degli itinerari esperienziali e per la identificazione di promozioni ed iniziative di richiamo specifiche.</p>
Tempi	<p>Le iniziative di formazione saranno spalmate per l'intera durata del Distretto.</p> <p>La consulenza verrà avviata nel corso del 2023.</p> <p>L'analisi dei flussi di utenza si attiverà entro il I semestre del 2023.</p> <p>Queste azioni proseguiranno per l'intera durata del Distretto.</p>
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia</p> <p>Consulta di Distretto</p> <p>Imprese</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Rafforzamento della capacità competitiva delle imprese

- Ideazione mirata di promozioni e iniziative
- Conoscenza precisa delle abitudini dei flussi di utenza

2.3 Aiuti alle imprese

Introduzione

Il Distretto, nel raggiungimento dei suoi obiettivi, prevede anche di coinvolgere le imprese in una serie di investimenti volti a migliorare la loro competitività e innovare le modalità di offerta e vendita.

In quest'ottica, attraverso il Distretto del Commercio intendiamo proporre:

1) SGRAVI FISCALI

Si intendono studiare dei meccanismi per attivare degli sgravi fiscali per le imprese che aderiscono a specifiche iniziative (ad esempio alla adozione di una rotonda per consentire una maggiore cura del territorio; differenziazione oraria per facilitare aperture dei negozi anche in pausa pranzo; ...). Ad oggi il territorio offre già sgravi fiscali legati alla TARI (dal 2016): per le nuove imprese vi è una riduzione tariffaria per 3 anni, per commercio e piccolo artigianato. L'iniziativa potrebbe essere estesa ad altre categorie merceologiche.

2) BANDI DI CONTRIBUTO

Il poter rinnovare rappresenta per le imprese un fattore strategico di crescita. Per sostenere questo importante processo, attraverso il distretto si vogliono progettare una serie di aiuti a fondo perduto così orientati:

- Aiuto per innovazione, per sostenere la nascita di nuovi servizi da parte delle imprese, anche in forma coordinata
- Aiuto per abbellimento delle aree esterne, per creare sinergie con gli interventi del Comune nell'ottica di dare un codice visivo specifico all'area distrettuale e per acquistare attrezzature idonee a migliorare l'esperienza di acquisto dell'utenza
- Aiuto alle imprese che occupano locali sfitti

3) SEMPLIFICAZIONE AMMINISTRATIVA

	Il Comune ha aderito al progetto 100% SUAP di Regione Lombardia, situazione che ha permesso di ridurre i tempi di esecuzione di alcuni procedimenti in favore delle imprese, tra cui la nascita di nuove imprese e l'ottenimento di alcuni permessi. Attraverso il Distretto si vuole proseguire con la semplificazione di altri procedimenti.
Tempi	Iniziative da avviare nel corso del 2022 e proseguire nel tempo
Soggetti coinvolti	Cabina di Regia Consulta di Distretto
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Supporto alle imprese che innovano • Miglioramento dell'offerta distrettuale

.

2.4 Progetto locali sfitti	
Introduzione	<p>Il problema della desertificazione commerciale è presente anche sul territorio di Paderno Dugnano, fattore che si presenta differenziato a seconda delle aree. Questo fattore incide negativamente su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • estetica delle vie, che vengono percepite come in stato di degrado e non rappresentano un bel biglietto da visita per utenti e negozi che vorrebbero insediarsi e persone che vorrebbero abitare sul territorio • operatività delle imprese che ancora operano in tali aree e che vedono ridurre i flussi di utenza sull'area <p>Il progetto prevede quindi di intervenire in due modalità differenti ma sinergiche e strategiche:</p> <p>1) NARRAZIONE DI DISTRETTO</p> <p>Laddove la presenza dei locali vuoti è alternata ad altri locali e arre ad alta frequentazione, si prevede di attivare una narrazione di città che utilizzi le vetrine vuote come luogo di affissione di cartelloni con immagini e testi che raccontano diverse cose: fotografie di una volta, aneddoti e curiosità, aspetti della tradizione o ricette tipiche di una volta, o che introducano elementi di gamification in grado di suscitare curiosità nell'utenza e favorire un maggior flusso di utenza, a vantaggio dei negozi esistenti.</p> <p>2) PROGETTO INCONTRO DOMANDA/OFFERTA</p>

Si prevede di avviare un confronto tra proprietari dei negozi e possibili occupanti, attivando un progetto che favorisca l'incontro tra domanda e offerta, andando anche a sfruttare il portale web che si andrà a realizzare per la valorizzazione della città. Per questa linea di azione si intende anche avviare un bando di contributo volto ad erogare fondo perduto ai negozi che si insediano. In quest'ottica si vogliono privilegiare categorie merceologiche scarsamente presenti sul territorio, evitando categorie già presenti, per evitare concorrenze inutili.

Tutte le azioni prevedono a livello propedeutico:

- 1) Mappatura dei locali sfitti
- 2) Progettazione iniziative
- 3) Comunicazione mirata

3) TEMPORARY SHOP

Sul territorio di Paderno Dugnano sono presenti alcune vie (p.zza Meridiana, P.za Della Divina Commedia, ecc.) ad alta presenza di locali sfitti. Soprattutto in queste aree, abbiamo pensato di avviare un progetto di negozio temporaneo, che possa insediarsi per un periodo di tempo limitato, così da variare periodicamente l'offerta merceologica e suscitare sempre curiosità da parte dell'utenza verso una data area territoriale. Consentirebbe anche alle imprese di capire se il luogo individuato per la loro attività sia idoneo, prima di stabilirvisi definitivamente

Per le iniziative progetto incontro domanda/offerta e temporary shop, al fine di favorire una maggiore occupazione dei locali, soprattutto in alcune vie quali Via Gramsci, si vorrebbe puntare ad incentivi di vario genere:

- Un contributo sotto forma di abbattimento dei Tributi locali (IMU e Tassa Smaltimento rifiuti)
- Un contributo sotto forma di abbattimento della Tassa di occupazione del suolo pubblico per eventuali occupazioni che siano a servizio dell'attività commerciale
- Un contributo sotto forma di sostegno economico "a tempo" relativo alle forniture di energia elettrica, gas e telefono per la nascente attività

L'importante azione in capo al Distretto, pertanto, attiene alla individuazione preventiva delle tipologie di attività commerciali e di vicinato mancanti nelle aree di distretto, così da incentivarne l'apertura.

Tempi	<p>Il progetto incontro domanda/offerta è previsto per il 2023.</p> <p>Il progetto storytelling prenderà avvio entro il 2024.</p> <p>Il progetto temporary shop partirà nel corso del 2023.</p> <p>Queste azioni proseguiranno per l'intera durata del Distretto.</p>
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia</p> <p>Consulta di Distretto</p> <p>Proprietari dei locali</p> <p>Stakeholders</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Posizionamento strategico del Distretto legato a temi specifici: accessibilità, green e sostenibilità • Creazione di contenuti volti a dare una comunicazione specifica al Distretto

•

2.5 Servizi condivisi	
Introduzione	<p>Il territorio vede la presenza di diversi servizi rivolti all'utenza, ma gestiti singolarmente dalle diverse imprese. Ne è un esempio il servizio di consegne a domicilio, che diverse aziende gestiscono in autonomia, con duplicazione di costi.</p> <p>Attraverso il Distretti si vuole favorire la nascita di servizi condivisi, che possano anche essere gestiti da una azienda specializzata del territorio o che si possa insediare sul territorio in un locale sfitto, così da ottimizzare risorse e tempi di gestione dei servizi stessi.</p> <p>Si vuole quindi avviare un'azione di sensibilizzazione rivolta alle imprese, affinché si trovino accordi per una gestione congiunta ad esempio di un servizio di consegne a domicilio, che possa essere promosso attraverso la App già esistente.</p>
Tempi	<p>Il progetto è previsto per il 2023.</p> <p>Queste azioni proseguiranno per l'intera durata del Distretto.</p>
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia</p> <p>Consulta di Distretto</p>

	Stakeholders
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Avvio di operazioni congiunte tra imprese • Potenziale sviluppo di nuove realtà economiche a supporto delle imprese locali

2.6 Strumenti di coinvolgimento attivo delle Imprese nelle azioni di Distretto

Introduzione	<p>Per proseguire con le azioni di coinvolgimento attivo delle imprese, nelle iniziative di Distretto, si vogliono implementare alcuni strumenti di coinvolgimento che riteniamo indispensabili in questa prima fase di formazione del Distretto. Nello specifico:</p> <p style="text-align: center;">1) GRUPPO WHATSAPP CON LE IMPRESE</p> <p>In questi mesi sono stati raccolti diversi dati da parte delle imprese del territorio, principalmente mail e telefoni, con l'intento di dare vita ad una mailing list da poter utilizzare per il coinvolgimento attivo nelle azioni di distretto. Nei prossimi mesi si vuole proseguire con questa azione di raccolta, con l'idea di creare poi un gruppo WhatsApp per la veicolazione di informazioni utili (convocazioni ad incontri, progettualità in corso, ...). Uno strumento informativo semplice ma efficace.</p> <p style="text-align: center;">2) TUTOR DI DISTRETTO</p> <p>Per facilitare il coinvolgimento delle imprese, si ritiene indispensabile individuare alcune imprese maggiormente attive e "ingaggiarle" per diffondere il più possibile le informazioni sulle azioni del Distretto, una sorta di facilitatori o ambasciatori del Distretto che possano affiancare la Cabina di Regia nelle azioni di coinvolgimento delle imprese.</p>
Tempi	<ul style="list-style-type: none"> • Entro il I semestre 2022, attivazione del Gruppo WhatsApp • Entro il II semestre del 2022, individuazione dei "rappresentanti" <p>Queste azioni proseguiranno per l'intera durata del Distretto.</p>
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia - decisioni</p> <p>Manager di Distretto – operatività</p> <p>Associazione commercianti locale e Imprese - coinvolgimento</p>

Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Maggiore coinvolgimento delle imprese
Risorse	L'azione non prevede costi.

•

2.7 Portineria di quartiere	
Introduzione	<p>Il miglioramento della competitività delle imprese avviene attraverso l'erogazione di servizi rivolti all'utenza. Il Distretto intende lavorare sulle seguenti iniziative specifiche:</p> <p style="text-align: center;">1) PORTINERIE DI QUARTIERE</p> <p>Per consentire alle imprese di essere maggiormente competitive, si propone di attivare un servizio di portineria di quartiere, che permetta ai negozi di porsi quale punto di ritiro di alcuni pacchi.</p>
Tempi	<ul style="list-style-type: none"> • Entro il 2023 <p>Queste azioni proseguiranno per l'intera durata del Distretto.</p>
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia Consulta di Distretto Imprese</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi aggiuntivi per l'utenza

3. REGOLAMENTAZIONE

3.1 Pianificazione oraria	
Introduzione	<p>Il miglioramento della competitività delle imprese avviene attraverso l'erogazione di servizi rivolti all'utenza che prevedano una pianificazione coordinata:</p> <p style="text-align: center;">1) PIANIFICAZIONE ORARIA</p>

	<p>Il progetto prevede di pianificare possibili cambiamenti nelle aperture/chiusure dei negozi, tenendo conto della programmazione esistente per l'erogazione di servizi essenziali per l'utenza (uffici pubblici, scuole, ...) al fine di facilitare l'attrattiva di utenza nei negozi che operano in prossimità di queste aree, e favorire una differenziazione dei flussi di utenza. Si prevede di ragionare anche su una differenziazione oraria durante la realizzazione di particolari iniziative attrattive, così da garantire, a fronte di flussi di utenza garantiti, aperture in quelle fasce orarie (serali o domenicali).</p> <p>Il progetto prevede quindi di lavorare su una regolamentazione interna, in coerenza con la normativa in vigore, per definire una regola alla quale possano attenersi, volontariamente, le imprese interessate.</p>
Tempi	<ul style="list-style-type: none"> • Entro il 2024
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia Consulta di Distretto Imprese</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi aggiuntivi per l'utenza

•

3.2 Regolamentazione della sosta	
Introduzione	<p>Attraverso il Distretto vogliamo facilitare il processo di regolamentazione che sta alla base della cooperazione. In particolare, vogliamo affrontare i seguenti aspetti che riteniamo fondamentali legati alla sosta presso le aree commerciali del territorio. Diversi parcheggi, infatti, seppure in prossimità delle aree commerciali, vengono scarsamente utilizzati. Si vorrebbe quindi avviare una sorta di pianificazione della sosta, per consentire, attraverso incentivi o anche solo sensibilizzazione, la possibilità di decongestionare le vie centrali del Distretto dal traffico e consentire una fruizione sicura e piacevole delle aree.</p> <p style="text-align: center;">1) REGOLAMENTAZIONE DELLA SOSTA</p> <p>Per facilitare lo sviluppo della mobilità sostenibile e decongestionare i flussi veicolari su alcune vie del Distretto, si vuole portare avanti un percorso di pianificazione della sosta, che permetta di incentivare l'utilizzo di alcune aree più periferiche e di raggiungere a piedi, con comodità, le aree del commercio. Per fare questo si pensa di lavorare su:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Regolamentazione degli accessi al perimetro del Distretto, in concomitanza di particolari eventi o iniziative di attrazione • Tariffe agevolate o anche gratuite per gli utenti dei negozi, affinché possano essere incentivati a lasciare le auto nei parcheggi e recarsi nei negozi a piedi, senza lasciare le auto in divieto durante gli acquisti o evitando utenti scoraggiati che, per non dovere pagare la sosta, rinunciano a fare acquisti nei negozi del Distretto. Una sorta di marketing della sosta con tariffe agevolate per l'utenza dei negozi, da legare anche alla APPaderno
Tempi	<ul style="list-style-type: none"> • Entro il I semestre del 2023
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia Consulta di Distretto Imprese</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Servizi aggiuntivi per l'utenza

•

3.3 Codice di riqualificazione estetica	
Introduzione	In linea con l'azione descritta nella categoria dell'identità, e per favorire una immagine coordinata e omogenea del territorio, in chiave distrettuale, si prevede di individuare un CODICE COMUNE legato alle modalità di riqualificazione delle aree esterne ai negozi e in generale nelle aree ad alta socialità in ambito distrettuale. Si vuole creare un "codice" per le vetrine, le insegne d'esercizio, l'arredo, le iniziative pubblicitarie, anche attraverso la predisposizione di un apposito regolamento che ne definisca le linee guida da rispettare.
Tempi	<ul style="list-style-type: none"> • Entro il I semestre del 2023
Soggetti coinvolti	<p>Cabina di Regia Consulta di Distretto Imprese</p>
Risultati attesi	<ul style="list-style-type: none"> • Regolamentazione del codice visivo delle aree distrettuali

8. PIANO FINANZIARIO

Le azioni precedentemente descritte rappresentano le linee strategiche verso le quali intende operare il Distretto del Commercio di Paderno Dugnano. L'amministrazione comunale, a fronte delle iniziative identificate grazie al confronto con le Imprese, sta prevedendo l'inserimento in bilancio di alcune risorse volte a garantire la realizzazione di alcune prime progettualità, che riguardano in primis la parte relativa al coinvolgimento delle Imprese e l'impostazione di una strategia di sviluppo. Al contempo, sono già previste delle risorse legate alla realizzazione di diverse iniziative ed eventi di richiamo.

Nello specifico:

- € 90.000 per l'organizzazione di eventi/iniziative di richiamo
- € 450.000 per riqualificazione di Piazza della Resistenza mediante sistemazione della pavimentazione, delle aree a verde, dell'illuminazione e formazione di una platea rialzata funzionale al rallentamento veicolare in corrispondenza dell'area pedonale
- € 40.000 per riqualificazione di Piazza Matteotti, attraverso sistemazione/sostituzione della pavimentazione, delle aree verdi e dell'arredo urbano
- € 57.000 per riqualificazione di Piazza Oslavia mediante sistemazione/sostituzione pavimentazioni, aree verdi e arredo urbano
- € 23.000 per riqualificazione area fronte stazione di Paderno Dugnano mediante arredi urbani e sistemazione aree verdi
- € 50.000 per riqualificazione percorso ciclopedonale di Via Grandi tratto compreso tra Via Copernico e Piazza Matteotti con realizzazione della pista su percorso promiscuo e illuminazione
- € 40.000 per la riqualificazione del percorso ciclopedonale in Via Rotondi, sempre con realizzazione della pista su percorso promiscuo e illuminazione

Si stabilisce di prevedere ogni anno una quota in bilancio, volta ad affrontare specifiche progettualità previste dalla Programmazione Triennale, tra le quali la comunicazione di Distretto, la rigenerazione del territorio e la formazione/sensibilizzazione, nonché per la figura del Manager di Distretto.

In parallelo verranno attivate tutte le strategie e gli strumenti necessari per ampliare le risorse a disposizione del Distretto, come ad es. la partecipazione a bandi e la ricerca di sponsor e/o nuovi partner.